

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

(Studi Pada Pasar Way Halim Bandar Lampung)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam

Oleh

Yulis

NPM : 1251010222

Program Studi : Ekonomi Syariah



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

1442 H / 2020 M

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi Pada Pasar Way Halim Bandar Lampung)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam

Oleh

Yulis

NPM : 1251010222

Program Studi : Ekonomi Syariah

PembimbingI :Madnasir, S.E., M.S.I

PembimbingII :Suhendar, S.E., M.S.Ak.,Akt

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

1442 H / 2020

ABSTRAK

Kebahagiaan manusia telah menjadi tujuan utama dari semua masyarakat manusia. Untuk membicarakan masalah-masalah moral ini menjadi tolak ukur manusia untuk menentukan etika pada seseorang, namun demikian kaitannya dalam perilaku manusia yang menjadi tolak ukur wilayah potensi moral. Pasar merupakan suatu tempat dimana pertemuannya diantar penjual dan pembeli, dalam hal ini penjual merupakan suatu pemegang transaksi yang dominan, banyak para pelaku bisnis dalam hal ini yaitu pedagang melakukan banyak cara untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu penelitian yang langsung di lapangan atau pada responden. Selain itu, peneliti juga menggunakan penelitian kepustakaan (*Library Research*), yaitu penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literature (kepustakaan), baik berupa buku, catatan, maupun laporan hasil penelitian terdahulu. Sesuai dengan judul dan fokus permasalahan yang diambil, maka sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.

Etika bisnis Islami merupakan sesuatu yang sangat urgen dalam kehidupan seorang Muslim. Dengan mengaktualisasikan ajaran-ajaran agama menghasilkan etika bisnis Islami sehingga dengan pedagang mampu meningkatkan *value* (nilai) dalam menerapkan etika bisnis Islami tersebut dan meningkatkan keuntungan, bukan hanya keuntungan yang bersifat duniawi saja namun juga keuntungan akhirat dalam menjalankan usahanya agar tercapai keinginan yang sesuai dengan koridor yang ditetapkan agama Islam.

Kata Kunci : *Analisis, Etika Bisnis, Prespektif Dalam Ekonomi Islam*

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini

Nama : YULIS

NPM : 1251010222

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : EkonomidanBisnis Islam

Menyatakanbahwaskripsi yang berjudul“Analisis Penerapan Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada di Pasar WayHalim Bandar Lampung) “adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggungjawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, September 2020
Penulis

YULIS
NPM. 1251010222



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung

Telp. (0721) 780887-703531

PERSETUJUAN

Judul Skripsi

**: ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Pasar
Way Halim Bandar Lampung)**

Nama

: YULIS

Npm

: 1251010222

Jurusan

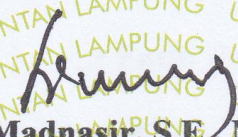
: EKONOMI SYARIAH

MENYETUJUI


Untuk di munaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqosyah Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung , November 2020

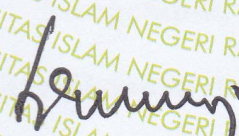
Pembimbing I


Madnasir, S.E., M.S.I
NIP. 197504242002121001

Pembimbing II


Suhendar, S.E., M.S.Ak., Akt
NIP. 198510302019031004

Ketua Jurusan


Madnasir, S.E., M.S.I
NIP. 197504242002121001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung

Telp. (0721) 780887-703531

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **"ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi pada Pasar Way Halim Bandar**

Lampung)", di susun oleh Yulis, NPM : 1251010222, Program Studi:

Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam sidang munaqasyah di Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada

hari/ tanggal : Jum'at, 06 November 2020

TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Ahmad Isnaeni, M.A

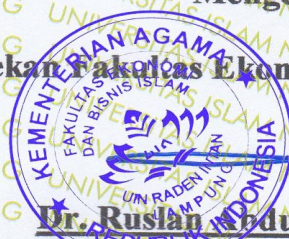
Sekretaris : Muhammad Iqbal Fasa, M.E.I

Penguji I : Fatih Fuadi, M.S.I

Penguji II : Madnasir, S.E., M.S.I

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



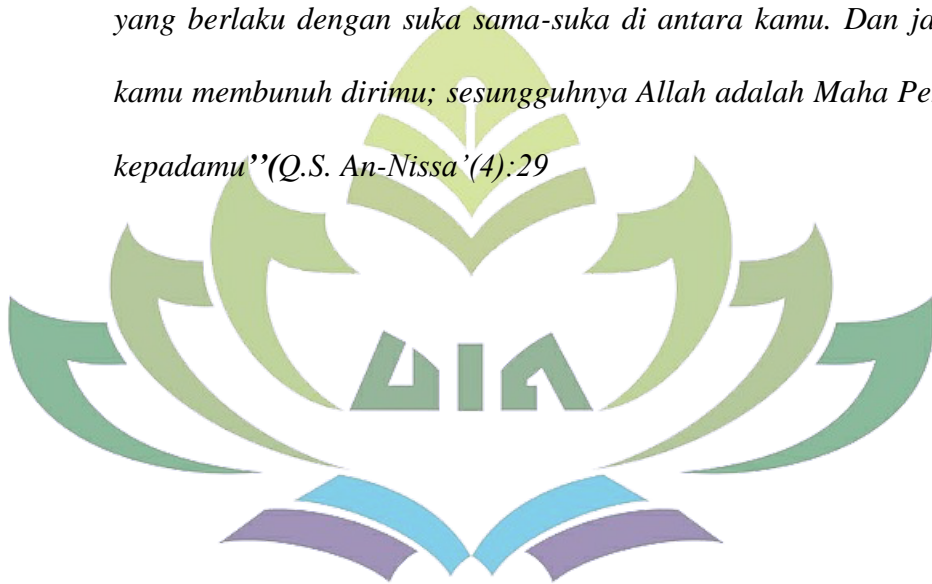
Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I

NIP. 195008012003121001

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Artinya : *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*”(Q.S. An-Nissa’(4):29



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya ibunda tercinta cik ros dan ayahanda ali barzan, yang telah memberikan kasih sayang, dan serta tidak henti-hentinya berdoa dan berjuang untuk keberhasilan anak-anaknya.
2. Kakak saya yuliana, kaka ipar saya murni, adik saya juriah, dan ponakan serta sepupu saya yang selalu memotivasi penulisan untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
3. Dan buat teman-teman saya terimakasih yunita, eka, sakinah, dia, dian, anisa. Yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan skripsi.
4. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tempat penulis menimba ilmu hingga penulis mendapatkan gelar sarjana ekonomi.

RIWAYAT HIDUP

Penulis merupakan anak kedua dari tiga saudara dari bapak Ali Berzan dan ibu Cikros lahir pada tanggal 05 november 1994 di kerang lampung barat.

Riwayat pendidikan yang telah di selesaikan:

1. SDN 1 Kota Besi Batu Brak Lampung Barat Selesai Pada Tahun 2006
2. SMPN 1 Batu Brak Lampung Barat Selesai Pada Tahun 2009
3. SMKN 1 Lampung Barat Selesai Pada tahun 2012
4. Melanjutkan Pendidikan S1 Ekonomi Syari'ah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Di Universitas Islam Negeri RadenIntan Lampung



KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyang, Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan taufik serta hidayah-Nya berupa ilmu pengetahuan, petunjuk, kesehatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi pada Pasar Way Halim Bandar Lampung)”. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan juga Keluarga, sahabat, serta para umat yang senantiasa istiqomah berada di jalan-Nya. Skripsi ini merupakan bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan studi pendidikan program Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE). Atas terselesaikannya skripsi ini tak lupa penulis mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaiannya, secara rinci penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I . selaku Dekan Fakultas Ekonomi danBisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta jajarannya.
2. Bapak Dr. Ahmad Isnaeni, M.A dan Bapak Muhammad IqbalFasa, M.E.I. selaku ketua dan sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah yang senantiasa selalu memberikan arahan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Madnasir, S.E.,M.S.I selaku Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung sekaligus Pembimbing I dalam penulisan skripsi.

4. BapakSuhendar, S.E.,M.S.Ak.,Akt. selaku Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung sekaligus Pembimbing II dalam penulisan skripsi.
5. Ucapan terima kasih juga penulis ucapkan kepada Bapak Ibu Dosen serta Karyawan yang telah membantu dalam memberikan pencerahan dan memberikan motivasi serta memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi.
6. Pimpinan dan karyawan perpustakaan Universitas dan Fakultas yang telah memberikan informasi, data, referensi dan lain-lain.
7. Sahabat seperjuangan khususnya kelas F yang selalu bersama dalam proses belajar, berjuang bersama dalam proses perkuliahan UTS dan UAS hingga proses skripsi.

Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, hal tersebut dikarenakan adanya keterbatasan waktu, dana, kemampuan yang peneliti miliki. Peneliti berharap hasil penelitian ini akan menjadi sumbangan yang berarti dalam mengembangkan ilmu pengetahuan.

Bandar Lampung, 2020
Penulis

Yulis
NPM 125101022

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRAK	iii
PERNYATAAN.....	iv
PERSETUJUAN.....	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	2
C. Latar Belakang Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah	7
E. Fokus Masalah	7
F. Tujuan	7
G. Manfaat penelitian.....	7
H. Metode Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Teori ahli	18
B. Etika Bisnis	19
1. Etika Bisnis Secara Umum.....	20
2. Etika Bisnis Perspektif Islam	26
C. Pasar	32
1. Pengertian pasar	32
2. Macam-macam pasar	34
D. Pengetian bisnis dan dagang	37
E. Rukun dan syarat berdagang (jual beli)	40
F. Tinjauan pustaka	43
G. Kerangka pemikiran	45

BAB III PENYAJIAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Lokasi Penelitian	47
1. Sejarah Singkat Berdirinya Pasar Way Halim Bandar Lampung	48
2. Lokasi Pasar Way Halim Bandar Lampung	48
3. Visi Misi Pasar Way Halim Bandar Lampung	48
4. Kondisi Pedangan	48
5. Perilaku Bisnis	49

BAB IV ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM

A. Analisis Penerapan Etika Bisnis Dalam Prespektif Ekonomi Islam	72
B. Dampak Penerapan Etika Bisnis Dalam Prespektif Ekonomi Islam Pada Pedagang Pasar Way Halim	85

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	98
B. Saran	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum penulis menguraikan lebih lanjut, terlebih dahulu akan diberikan penegasan judul. Dalam penegasan judul, penulis akan menjelaskan istilah-istilah yang digunakan didalam skripsi ini. Pemberian penegasan judul diperlukan untuk memberi batasan terhadap arti kalimat dalam skripsi ini. Hal ini bertujuan agar pembaca memperoleh yang jelas dari makna yang dimaksud dan untuk menghindari kekeliruan pada pembaca. Adapun judul skripsi ini adalah **“ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM” (Studi Pada Pasar Di Pasar Way Halim Bandar Lampung)**

1. Analisis

Analisis dalam istilah penelitian adalah proses untuk mengetahui dan memahami fenomena suatu objek dengan memanfaatkan informasi yang tersedia.¹

2. Penerapan

Penerapan adalah sebuah tindakan baik yang dilakukan secara individu maupun kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan .

¹ Cholid Nurbuko, Abu Achmadi, *Metologi Penelitian* (Jakarta: PT. Bumi Angkasa, 2013), h.158

3. Etika Bisnis Islam

Etika dalam islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dapat dibatasi jumlah kepemilikan harta (barang/jasa) termasuk profitnya namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.²

Dari penegasan judul di atas, maka yang dimaksud dari skripsi ini adalah memberikan gambaran serta mengukur Analisis Penerapan Etika Bisnis Dalam Prespektif Ekonomi Islam, dilihat dari cara pedagang menjual dagangannya kepada para pembeli apakah sudah sesuai dengan etika bisnis yang berlaku.

B. Alasan Memilih Judul

Alasan penulis menulis judul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Dalam Prespektif Ekonomi Islam”. Berdasarkan alasan secara objektif dan subjektif adalah sebagai berikut :

1. Alasan Objektif

- a. Peneliti tertarik untuk melakukan analisis penerapan etika bisnis dalam prespektif ekonomi islam.
- b. Peningkatan pertumbuhan ekonomi menyebabkan lebih tingginya pendapatan masyarakat dan pada akhirnya menjadi pendorong tumbuhnya konsumsi masyarakat.

² Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Islam*, Pustaka Al-Kautsar, (Yogyakarta, 2003), h.38

Bisnis merupakan kegiatan yang berhubungan dengan kepentingan dengan lingkungan dan masyarakat. Aktivitas bisnis merupakan kegiatan pengolahan sumber-sumber ekonomi yang disediakan oleh alam. Sebab itu relasi antara etika, bisnis dengan prespektif ekonomi islam sangat erat sekali.

2. Alasan Subjektif

- a. Penulis merasa optimis, dapat menyelesaikan penelitian ini dengan tersedianya data dan literatur dan dengan target dan biaya yang telah direncanakan dan hasilnya sangat bermanfaat bagi pengembangan kemampuan penulisan ilmiah bagi peneliti.
- b. Masalah yang penulis bahas dalam skripsi ini relevan dengan disiplin ilmu yang penulis tekuni.

C. Latar Belakang Masalah

Kebahagiaan manusia telah menjadi tujuan utama dari semua masyarakat manusia. Namun, ada perbedaan pandangan mengenai apa yang membentuk kebahagiaan itu dan bagaimana hal itu dapat direalisasikan. Meskipun kondisi materil bukan satu-satunya isi dari kebahagiaann itu, pandangan sekuler modern yang sangat menekankan pada kondisi-kondisi demikian tampak percaya bahwa kebahagiaan dapat dijamin bila tujuan-tujuan metri tertentu dapat direalisasikan. Tujuan ini antara lain adalah pengentasan kemiskinan, pemenuhan kebutuhan materi bagi semua individu, ketersediaan peluang bagi

setiap orang untuk dapat hidup secara terhormat, dan distribusi pendapatan dan kekayaan yang merata.³

Soejono Sukanto menyatakan kemiskinan terjadi karena tidak adanya pembagian kekayaan yang merata. Hal ini bias dilihat di kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, seseorang dianggap miskin karena tidak memiliki radio, televisi atau mobil. Kecendrungan yang semakin tidak merata tersebut dalam pendistribusian pendapatan, akan semakin luas pula benda-benda sekunder tersebut dijadikan ukuran bagi keadaan sosial ekonomi seseorang, yaitu apakah dia miskin atau kaya.⁴

Untuk membicarakan masalah-masalah moral, ini menjadi tolok ukur manusia untuk menentukan etika pada seseorang, namun demikian kaitannya dalam perilaku manusia yang menjadi tolok ukur wilayah potensi moral. Sekarang banyak dipertanyakan kembali kompetensi, sekaligus peran dan moral sebuah masyarakat. Semakin hari perilaku manusia semakin berkurang dalam memegang situasi moral dalam segi dan lingkup kehidupan bermasyarakat.

Pasar merupakan suatu tempat dimana bertemunya antara penjual dan pembeli, dalam hal ini penjual merupakan suatu pemegang transaksi yang dominan, banyak para pelaku bisnis dalam hal ini yaitu pedagang melakukan banyak cara untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Dalam

³Umer Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi*. Jakarta : Gema Insani, 2006, hlm. 1.

⁴Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003, hlm. 366.

ekonomi Islam menganjurkan transaksi antara penjual dan pembeli mengimplementasikan prinsip jual beli yaitu rela sama rela.

Perilaku bisnis yang perlu diperhatikan dalam melakukan transaksi, yaitu para pedagang melakukan hal-hal yang tidak etis, seperti : *Ghar,najasy, Riba, Ijon*, transaksi di luar tempat bertemunya penjual dan pembeli, dalam hal ini yaitu pasar atau biasa kita sebut *tallaqi rukban* atau pembeli menghadang penjual sebelum sampai tujuan yang sebenarnya, dan ada juga para pedagang yang menjual produk ataupun barang dagangannya yang sebenarnya barang ataupun produk tersebut ada kecacatan, namun penjual mengaku produk tersebut tidak ada kecacatan, hal demikian yang menjadikan suatu dilema dalam transaksi jual beli.

Sebagian pedagang ada yang mengutamakan kejujuran, namun ada juga para pedagang yang melakukan tindakan-tindakan yang sebenarnya tidak sesuai dalam etika bisnis, seberapa besar tingkat keuntungan antara pedagang yang bertransaksi dengan jujur dan begitu pula sebaliknya, seberapa besar keuntungan yang di peroleh kepada pedagang yang bertransaksi dengan cara-cara yang tidak benar.

Fenomena lain dalam melakukan transaksi yang dilakukan dimana saja, khususnya di pasar way halim banyak sekali berbagai hal yang dilakukan oleh para penjual menghalalkan segala cara dengan maksud agar produk ataupun dagangannya tersebut laku dipasaran dan juga menghasilkan keuntungan yang tinggi. Maka dari itu khususnya para pedagang di pasar way halim harus memiliki etika bisnis yang sudah diajarkan oleh Rasulullah SAW, dan hal

tersebut sudah termasuk di dalam Al Qur'an dan Hadis, oleh karena itu dengan adanya sikap etika bisnis yang diterapkan oleh para penjual khususnya di pasar way halim Kendala bisa menjadikan transaksi tersebut bernilai secara *vertikal* (manusia dengan Tuhan) maupun *horizontal* (manusia dengan manusia) dan akhirnya dapat memperoleh *profit* (keuntungan) yang sebenarnya. Hal ini disebabkan oleh banyak factor diantaranya adalah kurangnya pengetahuan pedagang tentang etika bisnis islam dan profesi para pedagang sebelum berwirausaha. Berikut data awal para pedagang dipasar way halim

Fenomena inilah yang menjadikan peneliti untuk melakukan kajian dalam kaitan perspektif ekonomi Islam, di pasar itulah banyak orang yang melakukan transaksi jual beli yang mampu memberikan dampak terhadap tingkat penjualan terhadap para pedagang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak di teliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pola penerapan etika bisnis dalam perspektif ekonomi islam pedagang di pasar way halim dalam mengelola usahanya ?
2. Bagaimana dampak penerapan etika bisnis dalam perspektif ekonomi Islam pada pedagang di pasar way halim ?

E. Fokus Masalah

Fokus masalah adalah ruang lingkup masalah atau membatasi ruang lingkup masalah yang diteliti. Agar penelitian ini lebih terarah dan sampai kepada sasaran yang diinginkan, penulis membatasi permasalahan dalam penulisan ini adalah : Pasar Way Halim Bandar Lampung.

F. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pola penerapan etika bisnis dalam perspektif ekonomi islam pedagang di pasar way halim dalam mengelola usahanya ?
2. Untuk mengetahui bagaimana dampak penerapan etika bisnis dalam perspektif ekonomi Islam pada pedagang di pasar way halim ?

G. Manfaat Penelitian

Hal penting dari sebuah penelitian adalah kemanfaatan yang dapat dirasakan atau diterapkan setelah terungkapnya hasil penelitian. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

A. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini memberikan deskripsi pengembangan kepada dua wilayah yang berbeda, yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca terutama tentang penerapan etika bisnis

Islam. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya dalam teori ekonomi islam, dalam rangka penerapan etika bisnis dalam prespektif dalam ekonomi islam. Bagi peneliti baru, diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dan referensi untuk kemungkinan penelitian topik-topik yang berkaitan baik yang bersifat melengkapi ataupun lanjutan.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Pedagang

Diharapkan dapat memberikan masukan bagi para pedagang tentang hal-hal yang berkaitan dengan etika perdagangan dalam Islam.

2) Bagi Masyarakat

Diharapkan masyarakat pada umumnya dapat mengerti tata cara dalam melakukan transaksi jual beli yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

H. Metode Penelitian

Metodologi penelitian adalah cara yang dilaksanakan seorang peneliti untuk mengumpulkan, mengklarifikasi dan menganalisis fakta yang ada ditempat penelitian dengan menggunakan ukuran-ukuran dalam pengetahuan, hal ini dilakukan untuk menemukan kebenaran.⁵ Metode penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

⁵ Kontjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta : PT.Gramedia,2010), h.13

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan obyek yang diteliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan memotret situasi sosial secara menyeluruh, luas dan mendalam.⁶ Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik bidang tertentu. Sedangkan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang relevan untuk memahami fenomena sosial (tindakan manusia) di mana data hasil penelitian tidak diolah melalui prosedur statistik melainkan analisis data dilakukan secara induktif. Dalam penelitian ini meneliti tentang penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Pasar Way Halim Bandar Lampung.

2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para pedagang dan pembeli yang melakukan transaksi jual beli di Pasar Way Halim Bandar Lampung.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki

⁶Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, Cet.19, 2014), h.209

oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif(mewakili).⁷

a. Ukuran Sampel

Adapun dalam penentuan besar kecilnya sampel tersebut, penulis berpedoman pada Suharsimi Arikunto, yaitu “untuk menghitung apa bila subyeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya, jika jumlah subyeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.”⁸ Jadi dari data populasi yang ada maka peneliti akan mengambil sampel 30% dari jumlah populasi yang ada. Yaitu jumlah keseluruhan pedagang di pasar Way Halim berjumlah 100 dikali 20% = 20 pedagang

memudahkan penelitian ini, jumlah sampel dari penelitian ini sebesar 20 responden. Penentuan sampel akan dijabarkan pada tabel dibawahini.

⁷*Ibid*, h. 81

⁸Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2010), Edisi Revisi, h.109

Tabel 1
Jumlah Populasi dan Sampel

No	Jenis Usaha	Jumlah Pedagang	
		Populasi	Sample
1	Sepatu /sandal	5	1
2	Sembako	6	1
3	Daging Ayam	4	1
4	Pecah Belah	5	1
5	Mas	3	1
6	Pakain	10	1
7	Buah	4	1
8	Tahu/Tempe	4	1
9	Jajan Pasar	5	1
10	Aksesoris	7	1
11	Sayuran	13	1
12	Mainan Anak-Anak	4	1
13	Ikan	8	1
14	Bumbu Dapur	5	1
15	Bakso	3	1
16	Ikan Asin	3	1
17	Kosmetik	3	1
18	Pelastik	2	1
19	Gula Merah	2	1
20	Pisang/singkong	2	1
JUMLAH		100	20

umber : *arsip pasar Way Halim Bandar Lampung, data di olah*

Dalam penentuan ukuran sampel peneliti menggunakan Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Keterangan :

n= ukuran sampel

N= ukuran populasi

e= prosentasi kelonggaran ketidaktertarikan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan.

b. Teknik Pengambilan Sampel

Setelah jumlah sampel yang akan diambil dari populasi ditentukan, selanjutnya pengambilan sampelpun harus mengikuti prosedur yang telah ditentukan dalam teknik sampling. Penelitian ini menggunakan pengambilan sampel secara acak , yang dimaksud adalah suatu metode pemilihan ukuran sampel, dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel, sehingga metode ini sering disebut dengan metode yang baik. Ada beberapa cara pengambilan sampel dengan metode ini salah satunya yang dipakai adalah cara startifikasi atau acak (*startified random sampling*). Dalam teknik ini, setiap pedagang dan pembeli mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel penelitian. Sampel penelitian dipilih melalui peluang dan sistem acak atau *random* dimana pemilihan anggota sampel setelah dimulai dengan pemilihan secara acak untuk responden pertama dan berikutnya.

3. Sumber Data

Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau obyek peneliti. Sumber data primer yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara wawancara maupun observasi langsung dengan para pedagang di Pasar Betung , serta

informan yang terkait dengan penelitian ini. Dengan kata lain data primer diperoleh dari para pedagang dan pembeli sebagai informan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan tidak langsung tetapi diperoleh melalui orang atau pihak lain, misalnya dokumen laporan-laporan, buku-buku, jurnal penelitian, artikel dan majalah ilmiah yang isinya masih berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi, *website*, buku, jurnal, serta data yang diperoleh dari kantor petugas pasar tradisional yang menunjang penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi didefinisikan sebagai suatu proses melihat, mengamati, dan mencermati, serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Observasi adalah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis.⁹ Observasi yang peneliti lakukan adalah observasi partisipasi pasif, artinya peneliti datang ke lokasi penelitian, tetapi tidak ikut terlibat dalam aktivitas (jual beli) yang

⁹Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, (Jakarta: rajawali Press, 2013), h.132

dilakukan oleh objek yang diamati.¹⁰Observasi dilakukan dengan mencatat kejadian-kejadian yang terkait dengan transaksi jual beli yang dilakukan pedagang di Pasar Way Halim Bandar Lampung.

b. Wawancara (*interview*)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Teknik pengumpulan data ini berdasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *Self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi. Adapun yang akan penulis wawancarai ialah Pedagang Pasar Way Halim Bandar Lampung.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet

¹⁰Sugiono, *Op.Cit*, h. 227

(tak langsung).¹¹

Kuesioner yang digunakan yaitu kuesioner langsung yang ditunjukkan kepada para pedagang dan pembeli mengenai penerapan etika bisnis dalam melakukan transaksi penjualan di pasar Way Halim Bandar Lampung. Adapun skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang ataupun sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini fenomena sosial yang ditetapkan oleh peneliti secara spesifik yang disebut dengan variabel penelitian. Dengan skala ini maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Dan indikator dari variabel akan menjadi titik tolak instrument item-item yang berupa pertanyaan ataupun pernyataan.

d. Dokumentasi

Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu baik berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi merupakan pelengkap dari observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu buku-buku yang dijadikan sumber rujukan dalam penulisan skripsi.¹² Dalam penelitian ini, dokumentasi di dapatkan dari arsip kantor Pasar Way Halim Bandar Lampung yang menunjang dalam penelitian dan Pengambilan langsung saat

¹¹ *Ibid*, h.137

¹² Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), h.240

penelitian di lapangan.

e. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi serta membuat kesimpulan agar dapat dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Dalam proses analisis data peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif adalah menggambarkan dan menjabarkan secara jelas mengenai perilaku pedagang di pasar Way Halim Bandar Lampung sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Data hasil analisis menggunakan angka-angka, dan dideskripsikan berdasarkan data hasil wawancara dan observasi yang diyakini kevalidannya.¹³ Setelah itu data yang diperoleh dari wawancara dan observasi dirangkum, memilih hal-hal yang pokok serta memfokuskan pada hal-hal yang penting. Kemudian data disajikan sehingga memudahkan untuk merencanakan kerja selanjutnya. Langkah berikutnya data dianalisis dan ditarik kesimpulan.

¹³ Sugiono, *Op.Cit*, h.244

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Ahli

Menurut Spradley mengatakan bahwa analisis adalah sebuah kegiatan untuk mencari suatu pola selain itu analisis merupakan cara berpikir yang berkaitan dengan pengujian secara sistematis terhadap sesuatu untuk menentukan bagian, hubungan antar bagian dan hubungannya dengan keseluruhan.¹⁴ Analisis adalah suatu usaha untuk mengurai suatu masalah atau fokus kajian menjadi bagian-bagian (*decomposition*) sehingga susunan/tatanan bentuk sesuatu yang diurai itu tampak dengan jelas dan karenanya bisa secara lebih terang ditangkap maknanya atau lebih jernih dimengerti duduk perkaranya.

Nasution dan Sugiyono melakukan analisis adalah pekerjaan sulit, memerlukan kerja keras. Tidak ada cara tertentu yang dapat diikuti untuk mengadakan analisis, sehingga setiap peneliti harus mencari sendiri metode yang dirasakan cocok dengan sifat penelitiannya. Bahan yang sama bisa diklasifikasikan berbeda.

Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis merupakan penguraian suatu pokok secara sistematis dalam menentukan bagian, hubungan antar bagian serta hubungannya secara menyeluruh untuk memperoleh pengertian

¹⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung :Alfabeta), 2008.hal.335)

dan pemahaman yang tepat. Data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hasil tes kecerdasan emosional berdasarkan teori Goleman yang dapat mengidentifikasi tingkat kecerdasan emosional siswa dengan tingkat kecerdasan emosional tinggi, siswa dengan tingkat kecerdasan emosional sedang, dan siswa dengan tingkat kecerdasan emosional rendah, tes kemampuan pemecahan masalah matematika berupa soal uraian/essay untuk melihat kemampuan pemecahan masalah matematika berdasarkan tahapan Wallas, serta wawancara terhadap subjek untuk mengidentifikasi kemampuan berpikir kreatif siswa dalam memecahkan masalah matematika.

B. ETIKA BISNIS

1. Etika Bisnis Secara Umum

1) Pengertian Etika Bisnis

Menelusuri asal usul etika tak lepas dari asal kata *ethos* dalam Bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (*costum*) atau karakter (*character*).¹⁵ Etika adalah ilmu atau pengetahuan tentang apa yang baik dan apa yang tidak baik untuk dijunjung tinggi atau untuk diperbuat (*Ethics is the science of good and bad*). Etika yang baik itu mencakup :

1. Kejujuran (*Honesty*) : mengatakan dan berbuat yang benar, menjunjung tinggi kebenaran.
2. Ketetapan (*Reliability*) : janjinya selalu tepat : tepat menurut isi janji (ikrar), waktu, tempat, dan syarat.

¹⁵ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2006), h. 5

3. Loyalitas : Setia kepada janjinya sendiri, setia kepada siapa saja yang dijanjikan kesetiaannya, setia kepada organisasinya, berikut pimpinannya, rekan-rekan, bawahan, relasi, klien anggaran dasar dan anggaran rumah tangganya.
4. Disiplin : Tanpa disuruh atau dipaksa oleh siapapun taat kepada sistem, peraturan, prosedur, dan teknologi yang telah ditetapkan.¹⁶ Standar baik dan buruk menurut ajaran Islam berbeda dengan ukuran-ukuran lainnya. Untuk menilai apakah sesuatu perbuatan itu baik atau buruk, juga harus diperhatikan kriteria (bagaimana cara melakukan perbuatan itu). Penggunaan kriteria (cara melakukan perbuatan) itu dapat dirujuk kepada ketentuan Al-Qur'an.¹⁷

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat Al-Baqarah ayat 263, sebagai berikut :

﴿قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتْبَعُهَا أَذًى وَاللَّهُ غَنِيٌّ

حَلِيمٌ ۚ ٢٦٣﴾

Artinya : “Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari sedekah yang diiringi sesuatu yang menyakitkan (perasaan si penerima), Allah maha kaya lagi maha penyantun”.¹⁸

¹⁶Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), h.133

¹⁷ Suhrawardi K. Lubis, *Etika Profesi Hukum*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2009), h.39

¹⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung : Diponegoro, 2011), h. 44

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa untuk mengukur apakah sesuatu itu dikategorikan kepada perbuatan baik atau perbuatan buruk didasarkan kepada:

1. Niat, yaitu sesuatu yang melatar belakangi (mendorong) lahirnya sesuatu perbuatan yang sering juga diistilahkan dengan kehendak.
2. Dalam hal merealisasikan kehendak tersebut harus dilaksanakan dengan cara yang baik.¹⁹

Dalam kamus Bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial didunia perdagangan, dan bidang usaha.²⁰ Sedangkan secara etimologi bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan.²¹

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Sedangkan titik sentral etika Islam adalah menentukan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab karena kepercayaannya terhadap kemahakuasaan Tuhan. Hanya saja kebebasan manusia itu tidaklah mutlak, dalam arti kebebasan yang terbatas. Dengan kebebasan tersebut manusia

¹⁹ Suhrawardi K. Lubis, *Op. Cit.* h. 40

²⁰ Muhammad Ismail Yunanto, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta : Gema Insani, 2002), H 15

²¹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 28

mampu memilih antara yang baik dan jahat, benar dan salah, halal dan haram.²²

2) Teori Etika

Pelaku usaha dapat memperoleh ilmu etika melalui teori etika, selain pengalaman dan informasi moral yang diterima dari berbagai sumber.

1. Etika Deontologi

Menurut teori ini beberapa prinsip moral itu bersifat mengikat bagaimanapun akibatnya. Etika ini menekankan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik. Suatu tindakan itu baik bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibat atau tujuan baik dari tindakan itu, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri sebagai baik pada dirinya sendiri. Teori ini menekankan kewajiban sebagai tolak ukur bagi penilaian baik atau buruknya perbuatan manusia, dengan mengabaikan dorongan lain seperti rasa cinta atau belas kasihan. Terdapat tiga kemungkinan seseorang memenuhi kewajibannya yaitu : karena nama baik, karena dorongan tulus dari hati nurani, serta memenuhi kewajibannya.

Deontologist menetapkan aturan, prinsip dan hak berdasarkan pada agama, tradisi, atau adat istiadat yang berlaku yang menjadi tantangan dalam penerapan *deontological* di sini

²² Faisal Badroen, *Op.Cit*, h.70

adalah menentukan yang mana tugas, kewajiban, hak, prinsip yang didahulukan.

B. Etika Teleologi

Teori ini mengukur baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang mau dicapai dengan tindakan itu, atau berdasarkan konsekuensi yang ditimbulkan oleh tindakan itu. Suatu tindakan dinilai baik jika tujuannya mencapai sesuatu yang baik atau jika konsekuensi yang ditimbulkannya baik dan berguna. Apabila kita akan memutuskan apa yang benar, kita tidak hanya melihat konsekuensi keputusan tersebut dari sudut pandang kepentingan kita sendiri. Tantangan yang sering dihadapi dalam penggunaan teori ini adalah kesulitan dalam mendapatkan seluruh informasi yang dibutuhkan dalam mengevaluasi semua kemungkinan konsekuensi dari keputusan yang diambil.

c. Etika Hak

Etika hak memberi bekal kepada pebisnis untuk mengevaluasi apakah tindakan, perbuatan dan kebijakan bisnisnya telah tergolong baik atau buruk dengan menggunakan kaidah hak seseorang. Hak seseorang sebagai manusia tidak dapat dikorbankan oleh orang lain atau statusnya.

Etika hak mempunyai sifat dasar dan asasi (*human rights*), sehingga etika hak tersebut merupakan hak yang : (1) Tidak dapat dicabut atau direbut karena sudah ada sejak manusia itu ada ; (2)

Tidak tergantung dari persetujuan orang ; (3) Merupakan bagian dari eksistensi manusia di dunia.

d. Etika Keutamaan

Etika ini lebih mengutamakan pembangunan karakter moral pada diri setiap orang. Nilai moral bukan muncul dalam bentuk adanya aturan berupa larangan atau perintah, namun dalam bentuk teladan moral yang nyata dipraktekkan oleh tokoh-tokoh tertentu dalam masyarakat. Keuntungan teori ini bahwa para pengambil keputusan dapat dengan mudah mencocokkan dengan standar etika komunitas tertentu untuk menentukan sesuatu itu benar atau salah tanpa ia harus menentukan kriteria terlebih dahulu (dengan asumsi telah ada kode perilaku).²³

3) Indikator Etika Bisnis

dari berbagai pandangan tentang etika bisnis, beberapa indikator yang dapat dipakai untuk menyatakan apakah seseorang dan suatu perusahaan telah melaksanakan etika bisnis dalam kegiatan usahanya antara lain adalah :

a. Indikator etika bisnis menurut ekonomi

Apabila perusahaan atau pelaku bisnis telah melakukan pengelolaan sumber daya bisnis dan sumber daya alam secara efisien tanpa merugikan masyarakat lain.

b. Indikator etika bisnis menurut peraturan khusus yang berlaku

²³ Erni R. Ernawan, *Business Ethics*, (Bandung : Alfabeta, 2011), h. 12-14

Berdasarkan indikator ini seseorang pelaku bisnis dikatakan beretika dalam bisnisnya apabila masing-masing pelaku bisnis mematuhi aturan-aturan khusus yang telah disepakati sebelumnya.

c. Indikator etika bisnis menurut hukum

Berdasarkan indikator hukum seseorang atau suatu perusahaan dikatakan telah melaksanakan etika bisnis apabila seseorang pelaku bisnis atau suatu perusahaan telah mematuhi segala norma hukum yang berlaku dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.

d. Indikator etika berdasarkan ajaran agama

Pelaku bisnis dianggap beretika bilamana dalam pelaksanaan bisnisnya senantiasa merujuk kepada nilai-nilai ajaran agama yang dianutnya.

e. Indikator etika berdasarkan nilai budaya

Setiap pelaku bisnis baik secara individu maupun kelembagaan telah menyelenggarakan bisnisnya dengan mengakomodasi nilai-nilai budaya dan adat istiadat yang ada di sekitar operasi suatu perusahaan, daerah, dan suatu bangsa.

f. Indikator etika bisnis menurut masing-masing individu

Apabila masing-masing pelaku bisnis bertindak jujur dan tidak mengorbankan integritas pribadinya.²⁴

²⁴*Ibid*, h. 31

2. Etika Bisnis Perspektif Islam

1) Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Dalam hukum Islam disebutkan bagaimana prinsip-prinsip dalam berbisnis. Etika bisnis Islami merupakan tata cara pengelolaan bisnis berdasarkan Al-Qur'an, hadist, dan hukum yang telah dibuat oleh para ahli fiqh. Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islami harus mencakup:

a. Prinsip Kesatuan

Prinsip kesatuan merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai pondasi utama setiap langkah seorang Muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya. Landasan *tauhid* atau *ilahiyah* ini bertitik tolak pada keridhoan Allah, tata cara yang dilakukan sesuai dengan syariah-Nya. Kegiatan bisnis dan distribusi diikatkan pada prinsip dan tujuan *ilahiyah*.²⁵

b. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.²⁶ Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Maidah ayat 8 :

²⁵ Muslich, *Etika bisnis Islam*, (Yogyakarta : Ekosiana, 2004) h. 30

²⁶ Abdul aziz, *Op.Cit*, h. 46

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوِّمِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَا تَعْدِلُوا ءَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ۝٨

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”*.²⁷

c. Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam karena masalah ekonomi termasuk kepada aspek muamalah bukan ibadah maka berlaku padanya kaidah umum “semua boleh kecuali yang dilarang” yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba.

d. Prinsip Tanggung jawab

Dalam dunia bisnis, pertanggung jawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah) dan sisi horizontalnya kepada masyarakat atau konsumen. Tanggung jawab dalam bisnis harus

²⁷ Departemen Agama RI. *Op. Cit*, h. 145

ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan.²⁸ Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya. Hal ini sesuai dengan apa yang ada didalam Al- Qur'an surat Al-Muddassir ayat 38 :

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ ۖ ٣٨

Artinya : *“Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya.”*²⁹

Dari ayat diatas sudah jelas bahwa setiap kegiatan manusia dimintai pertanggungjawabannya baik itu terhadap Allah maupun manusia. Kebebasan yang dimiliki manusia dalam melakukan segala aktivitasnya memiliki batas-batas tertentu, dan tidak digunakan sebebas-bebasnya melainkan dibatasi oleh koridor hukum, norma dan etika yang tertuang dalam al-Qur'an dan Sunnah yang harus dipatuhi dan dijadikan referensi atau acuan dan landasan dalam melakukan kegiatan bisnisnya.

e. Prinsip Kebenaran

Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dalam prinsip ini terkandung dua unsur penting yaitu kebajikan dan kejujuran.

²⁸ Ahmad Nur Zaroni, *Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan ekonomi)*, *Mazahib*, Vol.IV, No. 2, Desember 2007, h.181

²⁹ Departemen Agama RI. *Op. Cit*, h. 532

Kebajikan dalam bisnis ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan dalam bermuamalah, sedangkan kejujuran ditunjukkan dengan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.³⁰

Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Isra' ayat 35 yang berbunyi :

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ۝٣٥

Artinya : *“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”*³¹

Berdasarkan ayat di atas dapat dipahami bahwa al-Qur'an telah memberi penegasan bahwasannya hal mendasar yang digunakan untuk membangun dan mengembangkan bisnis yang beretika adalah dengan menyempurnakan segala transaksi yang berkaitan dengan media takaran dan timbangan.

³⁰ Abdul Aziz, *Op. Cit*, h. 46

³¹ Departemen Agama RI. *Op. Cit*, h. 450

2) Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islam diantaranya adalah:

1. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyerasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
2. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.
3. Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan sunnah.³²

3) Dasar Hukum Etika Bisnis Dalam Islam

Al-Qur'an menegaskan dan menjelaskan bahwa di dalam berbisnis tidak boleh dilakukan dengan cara kebathilan dan kedzaliman, akan tetapi dilakukan atas dasar sukarela atau keridhoan, baik ketika untung ataupun rugi, ketika membeli atau menjual dan sebagainya.

³² Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 76

Sebagaimana firman Allah pada AL-Qur'an Surat An-Nisa ayat 29 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

٢٩

Artinya : *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."*³³

Ayat di atas menjelaskan bahwa aturan main perdagangan Islam melarang adanya penipuan di antara kedua belah pihak yakni penjual dan pembeli harus ridha dan sepakat serta harus melaksanakan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pedagang Muslim dalam melaksanakan jual beli. Dengan menggunakan dan mematuhi etika perdagangan Islam tersebut, diharapkan suatu usaha perdagangan seorang Muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah dari Allah SWT di dunia dan di akhirat. Etika perdagangan Islam menjamin, baik pedagang maupun pembeli masing-masing akan saling mendapat keuntungan. Hal ini sesuai dengan hadits Nabi sebagai berikut

³³ Departemen Agama RI, *Op. Cit*, h. 83

عَنْ حَكِيمِ حِزَامٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ رَسُلُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْبَيْعَ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُرْكَ لَهُمَا فَيُبَيِّعُهُمَا، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحَقَّتَبَرَكَةُ بَيِّعَهُمَا

Artinya : “*Dari Hakim bin Nizam ra. Rosulullah SAW bersabda, 'dua orang yang melakukan jual beli boleh memilih (antara melanjutkan jual beli atau membatalkannya) selama keduanya belum berpisah. Apabila keduanya bersikap jujur dan berterus terang, maka jual belikeduanya diberkahi. Akan tetapi, jika keduanya berdusta dan menyembunyikan (aibnya), maka dileburkan keberkahan jual beli keduanya itu (HR. Muttafaq' Alaihi).*³⁴

Dari hadis diatas dapat diketahui bahwa kejujuran merupakan pondasi yang sangat penting bagi pelaku bisnis. Diantara bentuk kejujuran adalah seorang pebisnis harus komitmen dalam jual belinya dengan berlaku terus terang dan transparan untuk melahirkan ketentraman dalam hati, hingga Allah memberikan keberkahan dalam jual belinya, dan mengangkat

³⁴Shahih Bukhari, *Op.Cit*, h..375. Hadis nomor 2082

derajatnya disurga ke derajat para nabi, orang-orang yang jujur, dan orang-orang yang mati syahid.³⁵

C. Pasar

1. Pengertian pasar

Secara sederhana pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu. Di dalam pasar terdapat penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli produk, baik barang maupun jasa.³⁶

Pasar dapat pula diartikan sebagai suatu kelompok orang-orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar-menawar (dan melakukan tempat bagi penawaran dan permintaan) sehingga dengan demikian terbentuk harga. Pengertian pertama biasanya disebut dengan pengertian konkret, sedangkan pengertian yang kedua disebut sebagai pengertian yang abstrak.

Kedua pengertian diatas masih dianggap sempit dan kurang lengkap, sehingga William J. Stonton mengemukakan pengertian yang lain tentang pasar ini, yakni: Pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi dalam pengertian tersebut terdapat tiga faktor

³⁵ Asyraf Muhammad Dawwah, *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah*, (Semarang : Pustaka nuun, 2008), h.58

³⁶ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta : Rajagrafindo Persada, 2013), Cet. Ke- 9, h. 169

utama yang menunjang terjadinya pasar:

- a. Orang dengan segala keinginan
- b. Daya beli mereka
- c. Tingkah laku dalam pembelian mereka

Meskipun seseorang mempunyai keinginan untuk membeli suatu barang, tetapi tanpa ditunjang oleh daya beli dan kemauan untuk membelanjakan uangnya, maka orang tersebut bukan bagian dari pasar. Sebaliknya seseorang mempunyai kemampuan tetapi tidak ingin membeli suatu barang ia bukan merupakan pasar bagi penjualan barang tersebut³⁷

2. Macam macam pasar

1) Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah tempat yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi jual beli secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar menawar dan bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los, dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah,

³⁷M.Mursid, *Manajemen Pemasaran*, Ed.1 Cet. Ke-7,(Jakarta : Bumi Aksara, 2014), h.25

sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar tradisional biasanya ada dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Pasar seperti ini umumnya dapat ditemukan di kawasan permukiman agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Sedangkan untuk ciri-ciri pasar tradisional sebagai berikut:³⁸

a. Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah.

b. Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli.

Tawar menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.

c. Tempatusahaberagamdanmenyatudalamlokasiyangsama.

Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. Selain itu juga terdapat pengelompokan dagangan sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, sayur, buah, bumbu, dan daging.

d. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal.

Barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah hasil

³⁸Nel Arianty, Analisis Perbedaan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) Dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol 13 no. 01 April 2013 ISSN 1693-7619, h. 18

bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut. Meskipun ada beberapa dagangan yang diambil dari hasil bumi dari daerah lain yang berada tidak jauh dari daerah tersebut namun tidak sampai meng import hingga keluar pulau atau Negara.

2) Pasar moderen

Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (*barcode*), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (*swalayan*) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual, selain bahan makanan seperti; buah, sayuran, daging. Sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama.

Ciri-ciri pasar modern adalah :⁵⁵

- a. Tidak terikat pada tempat tertentu, bisa dimana saja (*contonya online*).
- b. Alat pembayaran bisa non tunai (*transfer*).
- c. Penjual dan pembeli tidak harus bertemulangsung.
- d. Pada situasi tertentu seperti di supermarket tidak bisamenawar,
- e. Harga sudah tertera dan diberibarcode.
- f. Barang yang dijual beranekaragam dan umumnya tahanlama.
- g. Berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan sendiri
- h. (*swalayan*).

- i. Ruangan ber-AC dan nyaman tidak terkena terik panas matahari.
- j. Tempat bersih.
- k. Tata tempat sangat diperhatikan untuk mempermudah dalam pencarian barang. Pembayaran dilakukan dengan membawa barang ke *cashir* dan tidak ada tawar menawar lagi.

D. Pengertian Bisnis dan Berdagang

Bisnis dengan segala bentuknya ternyata tanpa kita sadari telah terjadi dan menyelimuti aktivitas dan kegiatan kita setiap harinya. Demikian apa yang dilakukan manusia dalam rangka mencukupi kebutuhan dengan bekerja dapat dikategorikan dalam pengertian bisnis secara umum.

Kata “bisnis” dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “*business*” dari Bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Dalam kamus Bahasa Indonesia, bisnis dartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha.³⁹

Dalam kamus umum Bahasa Indonesia berdagang yaitu berniaga; jual beli.⁴⁰ Perdagangan atau jual beli menurut bahasa berarti *al Bai’*, *al Tijarah*, *al Mubadalah*, sebagaimana Allah SWT berfirman :⁴¹

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا
وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّن تَبُورَ ٢٩

³⁹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009, hlm. 20.

⁴⁰ W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka, Edisi Ketiga, 2006, hlm. 255

⁴¹ Al Qur'an Surat Faathir, 35: 29

Artinya: mereka itu mengharapkan perniagaan (perdagangan) yang tidak akan merugi.

Ayat diatas menjelaskan bahwa dengan perniagaan, dengan ikhlas dan tanpa riya'. Mereka itu ibarat pedagang yang tidak akan merugi tetapi memperoleh pahala yang berlipat ganda, sebagai karunia Allah SWT.⁴²

Karena mereka mengetahui bahwa apa yang ada di sisi Allah adalah lebih baik dari apa yang mereka infaqan itu. mereka berdagang dengan perdagangan yang menguntungkan yang terjamin keuntungannya. Mereka berniaga dengan Allah karena berniaga dengan Allah adalah perniagaan yang paling menguntungkan. Mereka memperdagangkan itu dengan tujuan akhirat, karena akhirat itu adalah perdagangan yang paling menguntungkan. Perdagangan yang akan mengantarkan mereka untukmendapatkan balasan yang utuh bagi mereka, serta mendapatkan tambahan anugerah dari Allah SWT.⁴³

Secara terminologi, terdapat beberapa definisi jual-beli yang dikemukakan ulama' fiqh, sekalipun substansi dan tujuan masing-masing definisi adalah sama.⁴⁴

Perdagangan atau perniagaan pada umumnya, ialah pekerjaan membeli barang dari suatu tempat atau pada suatu waktu dan menjual barang itu di

⁴²Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Tafsirnya*, Kode 8, Semarang : CV Wicaksana, 1993, hlm. 168.

⁴³Sayyid Quthb, *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an*, Jilid 11, Jakarta : Gema Insani, 2004, hlm.365.

⁴⁴Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, Jakarta : Gaya Mjedia Pratama, 2007, hlm. 111.

tempat lain atau pada waktu yang berikut dengan maksud memperoleh keuntungan. Dalam pengertian yang modern ini perdagangan adalah pemberian perantara kepada produsen dan konsumen untuk membelikan dan menjualkan barang-barang yang memudahkan dan memajukan pembelian dan penjualan itu.⁴⁵

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa seseorang yang taat dengan etika, maka kecenderungan seseorang tersebut akan berlaku baik dalam segala aktivitasnya, begitu pula kaitannya dalam berdagang (bisnis), antara etika dengan bisnis menjadi satu kesatuan dan saling berkorelasi antara satu dengan yang lain untuk menghasilkan hal yang positif dalam bertransaksi.

E. Rukun dan Syarat Berdagang (Jual Beli)

a. Rukun Berdagang (Jual Beli)

Jual beli memiliki beberapa hal yang harus ada terlebih dahulu agar akadnya dianggap sah dan mengikat. Beberapa hal tersebut kemudian disebut rukun jual beli.⁴⁶

Rukun adalah bagian dari sesuatu, tanpa adanya bagian, maka sesuatu itu tidak akan terwujud. Adapun rukun daripada jual beli adalah :

1. *Aqid* (()) yaitu pihak-pihak yang melakukan akad.
2. *Ma'qud 'alaih* (()) yaitu objek akad atau barang.
3. *Shighat* (()) yaitu ijab dan qabul.⁴⁷

⁴⁵C.S.T. Kansil dan Christine S.T. Kansil, *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, Jakarta : Sinar Grafika, 2008, hlm. 15

⁴⁶M. Yazid Afandi, *Fiqh Muamalah*, Yogyakarta : Logung Pustaka, 2009, hlm. 57.

b. Syarat Berdagang (Jual Beli)

Ada dua syarat terjadinya akad yaitu :

1. Syarat yang bersifat umum yaitu syarat yang harus ada untuk sempurnanya segala macam akad. Syarat tersebut adalah :

Pertama, *ahliyah al-muta'qidain* yaitu masing-masing pihak yang melakukan akad harus cakap bertindak. Orang yang tidak cakap bertindak adalah anak kecil yang belum baligh, orang gila, atau orang setengah gila, orang yang diampu (*al-mahjur*) karena *muflis* (bangkrut) dan pemboros. Sehingga mereka yang termasuk orang yang tidak *ahliyah* (cakap bertindak), harus diwakili oleh walinya.

Kedua, *qabiliyyah al-mahal al-'aqdi lihukmihi* yaitu objek akad atau barang yang diadakan dapat menerima hukumnya. Misalnya, barang yang diperjualbelikan adalah barang halal, dan suci dan juga bisa diserahkan.

Ketiga, *al-wilyah al-syar'iyyah fi maudhu' al-'aqdi* maksudnya bahwa akad itu dilakukan atas dasar izin syara' yakni oleh orang yang berhak melakukannya walaupun dia bukan pihak yang melakukan akad, misalnya wali nikah, wali anak kecil dalam menerima harta wasiyat atau harta waris.⁴⁸

Keempat, *an la yakuna al-'aqdu au maudhu'uhu mamnu'an bi nash al-syar'i* bahwa bentuk atau tujuan akad itu tidak boleh bertentangan

⁴⁷ Siti Mujibatun, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Semarang : Elsa, 2012, hlm. 87.

⁴⁸ *Ibid*, hlm. 88.

dengan dalil-dalil syara', seperti, jual beli *mulamasah*, *munabadzah*, *mukhadharah*, dan lain-lain.

Kelima, *kaun al-'aqdi mufidan* yaitu bahwa akad itu memberi faedah, oleh karenanya, tidak sah memperjualbelikan senjata untuk membunuh, atau mengupah orang untuk membunuh.

`Keenam, *baqa' al-ijab shalihan ila wuqu' al-qabul* bahwa ijab berlaku terus atau tidak dijawab sebelum terjadi qabul, sehingga jika si *mujib* (pihak yang menawarkan) menarik kembali ucapannya sebelum terjadi qabul (pihak yang menerima penawaran), maka ijabnya tidak sah.

Ketujuh, *ittihad al-majlis al-'aqad* yaitu bersatunya majlis akad. Ijab menjadi batal apabila terjadi perpisahan antara si akid sebelum ada qabul.⁴⁹

2. Syarat akad bersifat khusus

Syarat akad bersifat khusus, maksudnya adalah bahwa syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk terjadinya akad selain harus terpenuhi syarat-syarat yang bersifat umum, ada juga syarat yang bersifat khusus, karena syara' mengatur tentang syarat khusus tersebut dikaitkan dengan kemerdekaan kehendak dalam mengadakan akad oleh pihak yang berakad atas dasar prinsip masalah dalam menghasilkan natijah akad bagi manusia.

Adapun syarat-syarat yang bersifat khusus dalam akad yaitu :

⁴⁹*Ibid*, hlm. 90.

1. Syarat *ta'liqiyah* yaitu syarat yang disertakan ketika akad, dalam arti bahwa apabila syarat itu tidak ada, maka akad pun tidak terjadi, misalnya: saya jual rumah ini jika disetujui oleh suami saya.
2. Syarat *taqyid* yaitu bahwa syarat meskipun belum dipenuhi, akan tetapi akad telah terjadi dengan sempurna, dan hanya dibebankan oleh salah satu pihak, misalnya, jual beli mobil dengan syarat ongkos kirim ke rumah pembeli dibebankan kepada penjual.
3. Syarat *idhafah*, yaitu syarat yang sifatnya menangguhkan pelaksanaan akad. Syarat *idhafah* mirip dengan *ta'lif* dari satu sisi, karena hukum akad belum berlaku, dan menyerupai *taqyid* dari sisi lain, karena batasan waktu berupa penangguhan pada waktu yang akan datang pasti terjadi. Misalnya, saya sewakan rumah ini dua bulan yang akan datang.⁵⁰

F. Tinjauan Pustaka

Untuk menghindari adanya duplikasi, maka penulis menyertakan beberapa buku, jurnal, penelitian dan skripsi yang ada relevansinya dengan penelitian ini, yaitu:

1. Agam Santa Atmaja, Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan judul skripsi “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Muslim Di Pasar Pagi Kaliwungu Kendal)*”. Menjelaskan bahwa Penerapan etka bisnis oleh para

⁵⁰*Ibid*, hlm. 91.

pedagang di pasar pagi Kaliwungu Kendal, meliputi : jujur, adil, tepat janji, dan amanah. Hasil penelitian menemukan dari seberapa pedagang tersebut mendapatkan keuntungan dan seberapa lama pedagang tersebut bisa bertahan untuk mengelola usahanya di pasar pagi Kaliwungu Kendal, loyalitas konsumen pun juga ikut membawa keuntungan bagi para pedagang, bukan hanya mendapatkan keuntungan yang bersifat duniawi saja, akan tetapi juga keuntungan akhirat.

2. Umi Mursidah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, dengan judul skripsi *“Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional (Studi Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)”*. Menjelaskan bahwa penerapan etika bisnis secara umum belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang di Pasar Betung karena hanya indikator hukum dan indikator ajaran agama saja yang sudah diterapkan dengan baik. Pedagang di Pasar Betung belum menerapkan sifat kejujuran dalam melakukan transaksi jual beli baik dari segi hal menawarkan barang maupun dalam hal takaran dan timbangan.
3. Aldea Rosa, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Dengan Judul Skripsi *“Analisis Penerapan Etika Bisnis Yang Berwawasan Lingkungan Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha The Gergaji Tangan, Kelurahan Rajabasa Nunyai Kecamatan Rajabasa, Bandar Lampung)”*. Hasil dari penelitian ini yaitu keadilan, kebenaran, prinsip kehendak bebas, dan prinsip tanggungjawab yang dijadikan tolak ukur sudah diterapkan dengan

cukup baik oleh pedagang di usaha the gergaji tangan, hanya saja pada prinsip keadilan penjual dalam berdagang masih menawarkan barang dagangan dengan harga yang berbeda kepada pembeli. Produksi, distribusi, dan konsumsi tidak hanya memberi kebutuhan dan kepuasan kepada konsumennya saja melainkan juga menjadi sarana ketaatan kepada Allah SWT, dengan tidak hanya mementingkan keuntungan pribadi namun juga memberikan kemaslahatan bagi masyarakat dengan tidak mengabaikan lingkungan sosialnya.

4. Isnaini Nur Arifin, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, Dengan Judul Skripsi “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Cv. Wahana Satria Purwokerto*”. Hasil dari penelitian ini yaitu : Penerapan etika bisnis Islam yang dilihat dari lima konsep tersebut sudah cukup baik. Namun masih ada kekurangan dalam penerapan konsep keesaan, pihak perusahaan hanya merekrut calon karyawan yang beragama Islam saja. Calon karyawan yang non muslim tidak akan dilirik perusahaan walaupun setinggi apapun pendidikannya, karena perusahaan tersebut ingin mengajak orang muslim untuk langsung terjun ke dunia percetakan dengan tujuan agar bisa membuktikan bahwa muslim dapat menjadi market leader seperti apa yang diharapkan.
5. Nur Fitria Fahrana, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Di Home Industry Tempe Bendul Merisi Surabaya Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Keluarga*”. Hasil dari penelitian yaitu : tiap produsen tempe mempunyai

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta, Rineka Cipta.2010.
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islami*, Semarang. Walisongo Press, 2013.n sandal
- Alma, Buchari. *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta,2011.
- Anoraga, Pandji. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011.
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam*.Bandung : Alfabeta, 2013.
- Arifin,Johan. *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Ahmad, Mustaq. *Etika Bisnis Islam*.Pustaka Al-Kautsar. Yogyakarta : 2003.
- A Partanto, Pius. dan M. Dahlan Al Barry. *Kamus Ilmiah Populer Arkola*. Surabaya. 2010.
- Ali Hasan, Muhammad. *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*.Jakarta : PT. Raja Gravindo. 2004.
- Badroen,Faisal. *Etika Bisnis Dalam Islam*,.Jakarta : Prenada Media Group,2006.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung. Diponegoro. 2011.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2012.
- Edwin Nasution, Mustofa dkk. *Pengantar Ekskutif Ekonomi Islam*.Jakarta . Kencana. 2012.
- Erni R. Ernawan.*Busines Ethics*. Bandung : Alfabeta. 2011.
- Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta : Gaya Media Pratama. 2000.
- Herdiansyah, Haris. *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: rajawali Press. 2013.
- Ismail Yunanto, Muhammad. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta : Gema Insani, 2002.
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta : Rajagrafindo Persada. 2013.
- Kontjaraningrat.*Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta, PT.Gramedia,2010.

- K. Lubis, Suhrawardi. *Etika Profesi Hukum*. Jakarta : Sinar Grafika, 2009.
- Masyhuri. *System Perdagangan Dalam Islam*. Jakarta : Pusat Penelitian Ekonomi LIPI, 2005.
- Muhammad Dwwabah, Asyraf. *Meneladani Keunggulan Bisnis Rosulullah*. Semarang : Pustaka nuun, 2008.
- Mustofa, Edwin Nasution dkk. *Pengantar Ekskutif Ekonomi Islam*. Kencana. Jakarta. 2012.
- Muslich. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta .Ekonesia. 2011.
- M.Mursid. *Manajemen Pemasaran*. Ed.1 Cet. Ke-7. Jakarta : Bumi Aksara. 2014.
- Nafik, Muhammad. *Bursa Efek dan Investasi Syariah*, Jakarta : PT. Serambi Ilmu Semesta. 2010.
- Ridwansyah. *Pendidikan Dasar Perbankan Syariah*. Kumpulan Diklat Pembiayaan. Lampung. 2009.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. 2008.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta. 2014.
- Syafe'i, Rachmat. *Fiqh Mu'amalah*. Bandung : CV Pustaka Setia. 2004.

Skripsi

- Atmaja, Agam Santa. “ *Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Muslim di Pasar Kaliwungu Kendal)*”, Skripsi IAIN Walisongo Semarang, 2014.
- Musidah, Umi, “ *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Betung Kecamatan Skincau Kab. Lampung Barat)*. Skripsi UIN Bandar Lampung, 2017.
- Fahrona ,Nur Fitria, “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Di Home Industry Tempe Bendul Merisi Surabaya Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Keluarga*”. UIN Ampel Surabaya, Skripsi, 2019.
- Rosa, Aldea, “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Yang Berwawasan Lingkungan Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha The Gergaji Tangan, Kelurahan Rajabasa Nunyai*

Kecamatan Rajabasa, Bandar Lampung)". UIN Bandar Lampung, Skripsi, 2018.

Arifin, Isnaini Nur, "*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Cv. Wahana Satria Purwokerto*", IAIN Purwokerto, Skripsi 2018.

